

# 世博正在成为人才需求的风向标 世博催热多类“低碳人才”

眼下，低碳经济已是热门话题，我国也相继出台了一系列促进新能源发展的政策。而这又使节能减排、垃圾处理、废水、空气处理、新能源等相关环保节能领域的人才空前受宠，近期上海世博会世博园的完美亮相，更使低碳经济和低碳人才备受关注。

建筑节能人才一般要求工作年限5年以上，以北京为例，基本起薪至少5000元。

## 垃圾处理人才受关注

在世博园区，一个个外表与普通设施无异的垃圾桶，顶部和底部分别装有容量传感器和压力传感器，当桶内垃圾快要装满时，即以无线网络传输方式将信息反馈到园区垃圾处理控制中心。垃圾处理人才近期也颇受关注。

从职位要求上看，企业对垃圾处理人才的要求有：环境工程或机械工程专业毕业；大专以上学历；能熟练运用CAD制图软件；3年以上环保工程相关工作经验；具备对整套垃圾处理工作流程的掌控调节能力；具备现场应急情况处理经验等。

垃圾处理行业从业人员根据其职位和工作内容不同，薪酬待遇有较大差别。有3年以上工作经验的工程师，月薪可达到5000元以上。一家北京工程公司甚至开出了年薪80万的高薪条件，要求有7年以上



垃圾处理技术相关工作经验。

## 水处理工程师门槛提高

职酷网搜索结果显示，4月份全国发布废水处理职位空缺约356个，主要职位包括废水处理调试员、废水处理工程师、项目组成员、废水处理设备操作工等。

提供水处理服务的企业对此类人才需求较多。这类企业多为工业、制造业和民用建筑物提供水处理药剂，为大、中、小型企业提供工业用水处理系统方案设计，设备器材的选配，工程安装及调试，设备维护，水处理等相关技术支持服务。

水处理工程师月薪根据地域不同，大致在3000元到6000元不等。普通废水处理员，月薪在1000元到2000元之间。

## 新能源急需“能上手”人才

“从目前来看，2010年全球光伏太阳能市场恢复增长已成定局，而在这其中，光伏行业专业人才需求量的攀高也将进一步凸显。”数据显示：2010年1-4月风电行业招聘中，叶片企业的人才需求量伴随着低碳经济的势头提升一倍，叶片项目设计师紧缺。

目前风电企业大都是新兴企业，对所招人才都是要求有经验的，要求马上能“上手”的。独立研发人员至少要有5年工作经验，北京地区起薪至少5000元。

据上海一新能源公司人力资源负责人透露，新能源行业薪酬相对普通行业会高一些，院校培养出来入职年薪在4万左右，有5-10年经验的至少在8万以上，年薪10万-30万也很正常，基本薪酬外还会有股权激励。

(何超)



简讯 | Jianxun

## 我国将实施12项重大人才工程

6月6日我国颁布了《国家中长期人才发展规划纲要》。纲要提出，中国将实施12项重大人才工程，其中包括企业经营管理人员素质提升工程——到2020年，培养一批具有世界眼光、战略思维、创新精神和经营能力的企业家；培养1万名精通战略规划、资本运作、人力资源管理、财会、法律等专业知识的企业经营管理人员。

其他重大人才工程分别是：创新人才推进计划、青年英才开发计划、文化名家工程、高素质教育人才培养工程、全民健康卫生人才保障工程、海外高层次人才引进计划、国家高技能人才振兴计划、现代农业人才支撑计划、现代农业人才支撑计划、边疆民族地区和革命老区人才支持计划、高校毕业生基层培养计划。

(新华社)

## 深圳：1.2万员工将有“解闷人”

深圳南山区蛇口街道办将在全市建立第一个海岛上的和谐企业工作室。东南亚最大的修船基地——洲岛上的12万名企业员工将有自己的心理咨询师。

洲岛是蛇口街道管辖的三大岛屿之一，岛上驻有友联船厂(蛇口)有限公司、招商重工有限公司等大型企业集团，友联船厂更是东南亚最大修船基地。岛上共有员工12万余人，大部分员工为修船企业一线员工，工作强度、工作压力较大，但一直没有专门的心理咨询师排解压力。蛇口街道办日前赴洲岛实地调研中了解到岛上员工的思想状况后，与驻岛企业负责人商讨，尽快在岛上建立驻岛和谐企业工作室和驻岛社工心理咨询活动室等场所，配备专业“解闷人”。近期，蛇口街道将在洲岛上帮助企业争取政府支持，建设员工休闲、健身和娱乐设施，并牵头长期组织开展多项岛内文体活动，在岛上营造尊重、平等的工作氛围。

(王柯真)

## 热门计算机专业遭遇就业难

根据教育部公布的就业情况统计，2008年受全球金融危机影响，一些专业的就业率较低，而2009年随着经济形势好转，就业率也逐步提高，本科各专毕业生就业最低的专业就业率也在70%以上，比2008年提高了5个百分点；专科就业率最低的专业则在60%以上，与2008年持平。

据统计，本科毕业生中工学专业最为热门，其中采矿工程、石油工程、矿物加工工程、地质工程、冶金工程和船舶与海洋工程、飞行技术、航海技术8个专业的就业率均超过了95%。在统计表中列出的68个工学专业中，除了计算机科学与技术、网络工程两个专业的就业率在75%-80%之外，其他专业的就业率均超过了80%。

除工学各专外，就业率同样较高的还有经济学、农学、管理学等专业，其中经济学类所列8个专业就业率均高于

80%，农学类和管理学类九成专业就业率超过80%。

## 计算机教育类就业率低

尽管去年各本科专业的就业率均较高，但法学类、法学类、医学类各专就业率相对较低，其中法学类所列的8个专业中，有6个专业的就业率低于80%，教育类所列的10个专业中有8个专业就业率低于80%。根据统计，就业率低于75%

的12个专业分别为审计学、中医学、针灸推拿学、中西医临床医学、应用心理学、音乐学、美术学、体育教育、运动训练、社会体育、民族传统体育和社会学。

分析报告显示，几年前非常红火的计算机类相关专业，由于报考人数太多，如今出现了市场饱和的情况，相关专业的就业情况不容乐观，信息与计算机、信息安全、网络工程等专业的就业率均低于80%。

(李琼)

## 工学专业最“抢手”

# 长袖善舞铸酒魂

——记贵州茅台酒厂集团保健酒业有限公司董事长兼总经理张城

樊瑛 特约记者 罗开琪 本报记者 张建忠



茅台保健酒业有限公司董事长兼总经理张城近照。

随着我国保健酒的日益崛起，并保持高速增长速度。但相比世界保健酒人年均消费7.5升，我国只有0.5升，差距之大折射出我国保健酒行业仍然具有巨大发展潜力。近期，记者走进茅台保健酒业，用眼睛去观察，用心去感悟。当你带着一种期待走进茅台保健酒业，然而，当你走出茅台保健酒业，原先的许多想法将会被刷新，这就是茅台保健酒业的魅力与价值。通过实地采访，为你描绘一个多姿多彩的保健酒业世界。

业的执著和真情，激情付出，长袖善舞。

在中国的保健酒史上，茅台保健酒业写下了浓墨重彩的一笔。敢为天下的茅台保健酒业公司在张城的带领下，进行体制改革，调整产品结构，发挥茅台集团的品质、品牌、工艺、环境、文化和资源优势，坚持产量、发展速度、效益、工作量服从质量的四个服从的质量安全第一的方针，秉承茅台集团八大营销精髓，持续创造茅台白金酒的客户价值。这是适应市场需要和消费者健康需要的一个新元素，更给茅台保健酒厚重的历史增添了彪炳千秋的荣耀。

## 志如彩练 凤翥有道

对于张城来说，这些惊心动魄、令人心潮澎湃的历史，让他感慨万千，更激起他“长风破浪会有时，直挂云帆济沧海”的梦想和激情。对他来说，茅台保健酒业则给他这个寻梦者一个实现梦想的最佳舞台。尽管进入保健酒业时间不长，他却不认为自己处于行业靠后的位置，反而认为品牌优势和得天独厚的地理环境让其事业得到更好的发挥。

张城自2008年5月起，担任茅台保健酒业有限公司领军人后，他深知，打造自主知识产权的核心品牌，至为重要。他要为茅台保健酒业在中国保健市场上创出属于自己的天下，使更多的消

费者品味到高质量的茅台保健酒。于是，他把新品茅台不老酒重点推向市场，着力将其打造成公司具有自主知识产权的核心品牌，做大做强。为了打造这一核心品牌，通过报刊以及制作大型户外广告牌等方式进一步加大了宣传力度，提升了企业和品牌的形象。

张城针对过去公司合作的开发商主要是个体经营者，占用公司品牌资源多却难于做大做强的实际情况，对合作开发商进行了战略性调整。他认真贯彻茅台集团袁仁国书记的指示，发展经销商，要选择真正有资金实力、有营销团队、有网络建设的大集团。2009年5月，经过考察、谈判、磋商，与北京白金至尊酒业公司合作成功，共同开发白金酒保健系列酒。2009年8月9日，茅台集团白金酒上市新闻发布会在人民大会堂成功举行。2009年，白金酒在国庆中秋佳节日期间最高日销量突破5000瓶；在10月11日-14日召开的全国秋季糖酒会上，成为最大亮点；接待逾10000人，签约2亿多元，首批进货超1亿元；糖酒会后，白金酒迅速进军各战略市场，至11月，短短2个月内，在山东涌现了茅台白金酒第一个地市级千万级经销商；随后，白金酒在河北、内蒙古、陕西、山西、辽宁、天津、宁夏等地均成功开发市场。

2009年，茅台保健酒业有限公司全年实现销售收入同比增长149%，实现利润同比增长48.39%，实现税金同比增长22%，上缴税金同比增长25.48%，员工年人均收入实现同比增长8%。

进入2010年，短短几个月，茅台白金酒便荣获“最受商旅精英欢迎的保健酒品牌”、“中国保健酒行业消费者最喜爱首选品牌”、“中国保健酒行业最具影响力品牌”、“中国保健酒行业品牌建设年度人物”、“中国酒业十大潜力新品”五项荣誉大奖。

当春天的脚步悄然而过，迎来了火红六月的时候，我们将展开贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司(以下简称茅台保健酒业有限公司)新的篇章，新的篇章里注定有苦涩，有艰辛，但这些困扰注定是茅台保健酒业前进的动力！有上级领导、社会各界的大力支持，茅台保健酒业定会勇往直前，书写新的华丽的篇章。2010年新春大礼包促销活动使茅台白金酒一炮而红，春节档期全国平均动销率达67.5%以上，有的高达90%，除35度外，其他品种均供不应求，短短几个月，茅台白金酒便荣获“最受商旅精英欢迎的保健酒品牌”、“中国保健酒行业消费者最喜爱首选品牌”、“中国保健酒行业最具影响力品牌”、“中国酒业十大潜力新品”五项荣誉大奖。茅台保健酒业公司走向新的转折，迈上了一个新的台阶。

作为一个上市仅半年的新品，其成长速度在业内绝无仅有。张城告诉记者，在短短的几个月里，我们完成了广告投放、渠道拓展、人员培训、制度建设等一系列战前准备工作，并在最短的时间内策划、执行了茅台白金酒新春大礼包促销活动，获得了经销商和消费者的欢迎，创造了中国酒类营销的奇迹，不仅证明了茅台白金酒商

业模式的成功，同时也证明了具有1000亿潜力的中国保健酒市场“钱”景无限精彩。茅台白金酒的上市，给茅台保健酒业乃至中国保健酒行业的发展带来了新的景象。

## 特写：把茅台保健酒这块蛋糕做大

在张城看来，保健酒业间的竞争不可避免，只有把蛋糕做大，努力创造市场，开拓进取，才能把茅台保健酒业做大做强。

同样，在他的眼里，一方面市场建设取得良好成绩，最关键的是班子建设加强，党政领导相互支持，相互理解，紧密配合，形成了强有力的战斗堡垒；另一方面调动员工的积极性，增强员工的主人翁责任感，企业凝聚力大为增强，这为促进保健酒事业的不断发展，实现新的跨越，奠定了坚实的基础。

张城反复强调，茅台保健酒业有限公司一贯高度重视质量，坚持走质量效益型道路，由一大批长期从事酿酒生产科研的专业技术人才严把质量关。使产品的质量得到有效保障。产品开发已形成系列，先后开发出了以保健酒“茅台不老酒”、“茅台白金酒”等各种系列酒。企业通过2002年ISO9001，2000版质量体系认证，并被中国企业形象认定委员会授予“中国企业形象AAA级”称号。他认为，茅台保健酒正是凭借着长期稳定、可靠的质量，保健酒品牌价值影响力，在贵州主体市场和广州等全国重点战略市场上，使茅台不老酒系列产品、白金酒赢得了越来越多的认知度、美誉度和钟情感。

因此，他的思想视野也展现出更宽广的情怀。他更强调大局，强调价值的最大化。在与张城交谈中，他强调如何应全球化及国酒茅台品牌优势，进

行市场布局、产品结构调整和实施保健酒战略转型期。大力弘扬“爱我茅台，为国争光”的企业精神，紧紧抓住急剧变化的国内外经济形势和稍纵即逝的发展机遇，打造一支肩负历史使命，适应新形势，新任务要求的员工队伍，推动中国保健酒业向前发展。而这种互相影响、互相作用的“大经济价值观”，无疑会对茅台保健酒业的可持续发展有着极其重要的深远影响。

对于实现企业又好又快发展的蓝图，张城认为，我们将在茅台集团的正确领导下，围绕保健酒业公司发展保健酒的战略，打造核心品牌，围绕“保民生、促增长、促发展”的工作思路，着力打造保健酒，进一步提升企业形象和品牌集中度，进一步提高员工的收入和福利待遇，实现销售收入过亿，利润过千万，员工收入随效益提高的目标。

对于打造中国中高档保健酒第一品牌和未来保健酒业的发展，张城一班人制定出茅台保健酒公司“十二五”发展蓝图。张城认为，要紧紧围绕茅台集团的发展战略，并与实现茅台集团500亿目标为己任，大力发展保健酒，以科学发展观为指导，以市场为中心，树立核心品牌，着力打造1—2个全国知名品牌，实现销量5—7000吨/年，实现销售收入3—4亿，力争5亿，在抓好基地建设的同时，更上一个新台阶。

面对机遇及竞争，张城表示虽然有压力，但仍显得冷静和乐观。张城认为，要进一步增强“发展意识，大局意识，质量意识，安全意识，品牌意识，创新意识，责任意识，服务意识，竞争意识，忧患意识”。树立迎接挑战、战胜困难的坚定信心，以推动科学发展，构建和谐保健酒业。当前公司的改革发展的力度加大，行业内的竞争激烈，大家同样在加快保健酒的快速发展，比的是谁的质量更好、发展的速度更快、标准更高！